

Predstavljamo nezavisnog proizvođača maziva ALCO

Iz šireg intervjua u *Lubricants Hart* izdvajamo: Većina privrednika iz djelatnosti maziva u SAD-u smatra da trenutačno postoji dobro uravnoteženo (stabilno! o.p.) tržište maziva, stabilizirana cijena baznih ulja, mogućnost opskrbe baznim uljima u kratkom vremenu i što je jako važno, bez zastoja. Nije čudno što svi nezavisni proizvođači maziva tvrde da je danas zbog toga u SAD-u vjerojatno vrhunac razdoblja procvata malih nezavisnih proizvođača maziva među kojima se posebno ističe ALCO.

U takvim uvjetima osnovan je ALCO (American Lubricant Co.), jedna od najmlađih nezavisnih industrija maziva u vlasništvu obitelji Armstrong. Osnivač Luther Armstrong radio je kao inženjer u tvrtki Texaco sve do 1981. godine kad je odlučio osnovati novu tvrtku zajedno sa svojom braćom. Odluka da krene samostalno temeljila se na velikom znanju o mazivima i spoznaji da njegova bivša tvrtka ne cijeni i ne iskorištava dovoljno njegovo znanje. Danas ima samo 22 zaposlena, jedan blending i pogon za pakiranje u sitnu ambalažu u Memphisu (SAD). Trenutačno je u fazi realizacije projekt proširenja skladišta za gotove proizvode u sitnom pakiranju (dodatnih 100.000 galona) kao i skladišni prostor od 3000 kvadratnih metara. Svake godine bilježe stopu rasta od cca 15-18%. Jedino je prošle godine (2000. o.p.) njihov profit bio manji za pola. To je, po njima, zato što su se manje bavili prodajom gotovih proizvoda, a više vremena su trošili za nabavu sirovina-baznih ulja. U budućnosti će se više okrenuti tržištu s namjerom da što brže i bolje odgovore zahtjevima tržišta.

Što se tiče proizvodnog programa i općenite strategije nastupa na tržištu, koncentrirali su se na tržište maziva za male motore. Kao rezultat toga razvili su trenutačno najbolju formulu vrhunskog sintetičkog ulja za dvotaktne motore koje zadovoljava većinu najstrožih važećih specifikacija (o čemu smo pisali u prošlom broju) i za koju se smatra da je u ovom trenutku najbolja na tržištu. Njihova koncepcija je da napadaju tržišni prostor koji "veliki" ne obrađuju potpuno. U konkretnom slučaju to su potrošači maziva za različite dvotaktne motore koji se koriste kod obrade vrtova i različitih zelenih površina. Drugi strateški program razvoja i marketiranja su biorazgradljiva maziva. Njihov operativni cilj je da u tekućoj godini podignu prodaju svojih maziva preko vrijednosti od 5 milijuna USD. Sami kažu: "Znanje i iskustvo kako na najbolji i najekonomičniji način iskoristiti specijalna znanja i vještine razlog je našeg uspjeha. Bilo je mnogo izazova tijekom prošlih godina, ali uživali smo u svakoj minuti borbe za opstanak. Međutim, bez strateške

odluke da u fokusu našeg poslovanja bude kvaliteta, mislimo da ne bismo opstali na tržištu.”

Sadašnji predsjednik ALCO-a g. Armstrong ocjenjuje ulogu ILME (vidi prošli broj) dakle, organizacije nezavisnih proizvođača maziva, presudnom i dominantnom u budućnosti, jer ona može osigurati ili pomoći u opstanku malih nezavisnih proizvođača na izrazito agresivnom tržištu SAD-a. Od ILME svi nezavisni proizvođači očekuju da vrlo brzo barem započne rješavanje ključnih pitanja kao što su usklađivanje cijena, raspodjela tržišta, logistike, osiguranje povoljnih kreditnih linija, smanjenje administrativnih troškova, itd.

Padu zrakoplova uzrok nekompatibilnost dviju mazivih masti!

Predstavnici Shella i Exxonmobila ne žele davati prejudicirane izjave niti pobiti ili podržavati različite komentare koji prate jednu nedavnu udarnu vijest u svjetskim medijima o rušenju zrakoplova u vlasništvu kompanije Alask airlines let 261 dana 31.12.2000. godine sve dok NTSB (National transport-ation Safety Board), Nacionalni ured za sigurnost u prometu ne završi službenu istragu. Poznate i provjerene činjenice u ovom trenutku su da komisija koja vodi istragu provjerava da li je uzrok pada zrakoplova neželjeno miješanje dviju nekompatibilnih masti, tj. AeroShell 33 i Mobilgrease 28 moglo izazvati koroziju posebnog uređaja na vijak koja kontrolira ustroj stabilizatora. Zrakoplov tipa MD-80 pao je na obali blizu Los Angelesa na letu od Puerto Vallarta u Meksiku prema San Franciscu i pri tome su poginula 83 putnika i 5 članova posade. U zadnjim minutama leta, kad je pilot uspio alarmirati kontrolni toranj, čula se od njega obavijest da ima problema s rukovanjem uređaja stabilizatora koji kontrolira, tj. održava smjer zrakoplova prema dolje-gore.

Iako nema još službene obavijesti s decidiranim komentarom, Federal Aviation Administration je nakon nesreće zatražila od Alaska Aira da više ne koristi Mobilgrease 28 na zrakoplovima tipa McDonnell Douglas (MD-80). Oba proizvođača tvrde da njihove (navedene) masti zadovoljavaju sve potrebne potrošačke specifikacije tvrtke BOING i to: BMS 3-33 i BMS3-33A i isto tako američku vojnu specifikaciju MIL-PRF-23827C. Tvrtka MOBIL je osim toga izjavila da njihova mast proizvedena na osnovi sintetičkih baznih ulja (PAO) i nesapunskog ugušćivača nadilazi zahtjeve američke vojne specifikacije MIL-G-81322E i savezne (državne) specifikacije DOD-G24508A. “Ova mast je formulirana tako da između ostalog djeluje i kao inhibitor korozije!” izjavljuju Mobilovi stručnjaci. Stručnjaci SHELL-a tvrde slijedeće: “Izrada specifikacija,

učestalost domazivanja, pravilan izbor maziva, kao i definiranje odgovarajućih mjesta podmazivanja odgovornost je konstruktora i proizvođača zrakoplova.

U neslužbenim komentarima stručnjaka ne samo iz navedene dvije tvrtke novinari su izdvojili mogući uzrok nesreće slijedećom konstatacijom "U praktičnim uvjetima mješljivost dviju različitih tipova masti ima značajnu ulogu koja prvenstveno ovisi o tipu korištenog baznog ulja i korištenom ugušćivaču. U konkretnom slučaju mazive masti na osnovi mineralnog ulja ne bi se trebale miješati s mazivim mastima sintetičke osnove, a posebice ne mazive masti s nesapunskim ugušćivačem tipa gline s mazivim mastima na osnovi litijevego sapuna."

Borba za "marku" ili najbolju organizaciju isporuke maziva

U posljednje vrijeme se u nekim od stručnih pa i popularnih časopisa s područja maziva provlači određena pseudo-konstatacija da u oštroj konkurentskoj borbi za tržište ipak prevladava određeni fair-play. Naime, velike kompanije ne bore se više svim sredstvima u svrhu dokazivanja čija je marka bolja. Nameće se također lažna teza da je to sve zbog sklapanja i razvrgavanja zajedničkih ulaganja (joint-venture) u galopirajućoj globalizaciji.

Istina je potpuno drukčija. Arena je premještena na područje lanca dobave, cjelovite logistike osiguravanja finalnih maziva i tehničkog servisa "on-time" do krajnjeg korisnika ili grupe korisnika. Borba se zapravo ne vodi između bivših konkurenata-proizvođača maziva nego između različitih organiziranih lanaca opskrbe, gdje pojedini proizvođači maziva, ili rečeno sportskim rječnikom "igrači", mogu mijenjati ekipu i tijekom sezone igranja.

Većina velikih tvrtki okreće se ozbiljnoj reorganizaciji i optimizaciji svojih resursa prema mogućnostima svoje logistike i potrebama tržišta. Spoznaja o problematici proizvodnje, postojećim kapacitetima, mogućnostima pakiranja, fleksibilnosti proizvodnje u prilagođavanju zahtjevima tržišta te posebice usklađenosti s istim problemima kod proizvodnje goriva, prednostima zajedničke logistike predmet su ozbiljnih razmatranja i uključivanja značajnih resursa pojedinih kompanija bilo u pogledu investicija ili korištenja unutarnjih ili vanjskih intelektualnih tj. konzalting usluga. Kao i uvijek, pobjedu će odnijeti, tj. opstat će one tvrtke koje problem organizacije, odgoja i zadržavanja stručnih kadrova stave na vrh liste problema koji se trebaju riješiti.

Više o tome može se dobiti na john.juzswik@aspentech.com.

Priredio, preveo i komentirao Robert Mandaković

e-mail: robert.mandakovic@zg.hinet.hr